



ข่าวเด่นประเทศสวิตเซอร์แลนด์รายสัปดาห์
วันที่ 28 มกราคม – 1 กุมภาพันธ์ 2562
สำนักงานส่งเสริมการค้าในต่างประเทศ ณ นครแฟรงก์เฟิร์ต

ยอดขายปลีกของสวิตเซอร์แลนด์ในปี 2018 ขยายตัวขึ้น



ตามรายงานประจำปี Retail Outlook ของ Credit Suisse ยอดขายปลีก (Retail sales) ในปี 2018 ที่ผ่านมามีการขยายตัวขึ้นร้อยละ 0.4 โดยประมาณ ในหมวดสินค้าอาหารมียอดขายเพิ่มขึ้นร้อยละ 1.5 ซึ่งการแข่งขันของตลาดค้าปลีกในประเทศนั้นมีปัจจัยระหว่างประเทศเข้ามาเกี่ยวข้องมากยิ่งขึ้นอย่างชัดเจน อันส่งผลให้โครงสร้างการค้าปลีกในประเทศเกิดการเปลี่ยนแปลง โดยแบ่งเป็น 3 ปัจจัย ดังต่อไปนี้

1. บรรดาผู้ขายจากต่างชาติที่เข้ามาเปิดสาขาในสวิตเซอร์แลนด์ ซึ่งเริ่มเข้ามาอย่างจริงจังในช่วงก่อนปี 2010 และพัฒนาขึ้นอย่างต่อเนื่อง โดยเฉพาะอย่างยิ่งการเข้าไปบุกตลาดของสองห้าง discounter ที่เจาะตลาดอาหารอย่างห้าง Aldi และห้าง Lidl จากประเทศเยอรมนีนั้น ส่งผลต่อการเปลี่ยนแปลงโครงสร้างการค้าปลีกด้านอาหารอย่างเห็นได้ชัด
2. การแข็งค่าของเงินสกุลสวิสฟรังก์บ่อยครั้ง จากอัตราแลกเปลี่ยนสวิสฟรังก์เป็นสกุลยูโร มีผลทำให้ราคาซื้อสินค้าในประเทศเพื่อนบ้านข้างเคียง อย่างเยอรมนี อิตาลี ฝรั่งเศส และออสเตรีย มีราคาถูกกว่าราคาสินค้าในประเทศ การแข็งค่าเงินฟรังก์เริ่มต้นในช่วงระหว่างปี 2010 และ 2011 และเกิดขึ้นอีกครั้งในปี 2015 ก่อนที่จะตรึงค่าในระดับสูงอย่างต่อเนื่องตลอดช่วงสองปีที่ผ่านมา
3. การค้าออนไลน์จากต่างประเทศ เว็บไซต์และแพลตฟอร์มต่าง ๆ ของผู้ค้าออนไลน์ต่างประเทศเข้าถึงชาวสวิสและเป็นที่นิยมเพิ่มมากขึ้นเรื่อย ๆ

นักเศรษฐศาสตร์คาดการณ์ว่า ภาวะเศรษฐกิจจะยังกระตุ้นภาคการค้าปลีกในปี 2019 ให้คึกคักดังเช่นในปีที่ผ่านมา โดยการเติบโตของเศรษฐกิจในภาพรวมจะชะลอตัวลงเล็กน้อย ซึ่งคาดว่าจะอาจเกิดจากการค้าระหว่างประเทศ รวมถึงอุปสงค์ในประเทศที่จะหดตัวลง กำลังซื้อของผู้บริโภคน่าจะปรับตัวขึ้นอีกครั้งอันเนื่องมาจากค่าแรงที่เพิ่มขึ้นและค่าเงินเฟ้ออ่อนตัวลง

ที่มา

Freshplaza.com, Lid.ch